Deutscher Bundestag **Drucksache 14/6490**

14. Wahlperiode 28. 06. 2001

Änderungsantrag

der Abgeordneten Rolf Kutzmutz, Dr. Evelyn Kenzler, Ursula Lötzer, Uwe Hiksch, Gerhard Jüttemann und der Fraktion der PDS

zu der zweiten Beratung des Gesetzentwurfs der Bundesregierung
– Drucksachen 14/5594, 14/6469 –

Entwurf eines Gesetzes zur Aufhebung der Zugabeverordnung und zur Anpassung weiterer Rechtsvorschriften

Der Bundestag wolle beschließen:

Es wird ein Artikel 2a mit folgendem Wortlaut eingefügt:

‚Artikel 2a
Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Es wird folgender § 9 eingefügt:

„§ 9

(1) Wer im geschäftlichen Verkehr mit dem Verbraucher mit einer Zugabe wirbt, die im Vergleich zur Hauptleistung von erheblichem Wert ist und mit ihr auch nicht sachlich oder handelsüblich in Beziehung steht, kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Eine Zugabe liegt auch dann vor, wenn die Unentgeltlichkeit durch die Forderung eines Scheinentgelts oder die Bildung eines Gesamtpreises verschleiert wird.

(2) Wer im geschäftlichen Verkehr mit dem Verbraucher mit Angeboten zur Verkaufsförderung, wie Preisnachlässen, Zugaben und Geschenken wirbt, kann auf Unterlassung dieser Werbung in Anspruch genommen werden, es sei denn, die Angebote sind klar als solche erkennbar und die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme sind leicht zugänglich und klar und unzweideutig angegeben.“ ‘

Berlin, den 27. Juni 2001

Rolf Kutzmutz
Dr. Evelyn Kenzler
Ursula Lötzer
Uwe Hiksch
Gerhard Jüttemann
Roland Claus und Fraktion

Begründung

Es handelt sich lediglich um eine für Händler, Konsumenten und Gerichte erforderliche Klarstellung des mit der Aufhebung der Zugabeverordnung und des Rabattgesetzes gesetzgeberisch Gewollten zur Vermeidung jahrelanger Rechtsunsicherheit.

Die Regelung präzisiert das durch die Generalklauseln der §§ 1 und 3 UWG untersagte „übertriebene Anlocken“ für den Bereich der Zugaben.

Durch Absatz 1 wird klargestellt, dass Zugaben zulässig sind, die

- stoffgleich mit der Hauptleistung sind (z. B. „vier zum Preis von drei“) oder
- mit ihr sachlich bzw. handelsüblich in Beziehung stehen (z. B. Winterreifen gratis zum Auto; Krawatte gratis zum Anzug, unbegrenzte Rückgabemöglichkeit für ein erworbenes Produkt) oder
- nur von geringem Wert sind.

Mit Absatz 2 wird der Wortlaut von § 7 Satz 4 des Elektronischen Geschäftsverkehr-Gesetzes (EGG) in das allgemeine Lauterkeitsrecht übernommen und so eine Diskriminierung des elektronischen Handels gegenüber anderen Handelsformen vermieden.

Der neue § 9 UWG verbessert die Transparenz für die Konsumenten, ohne ein Rabatt- oder Zugabeverbot auf neuer Rechtsgrundlage zu formulieren. Er schafft zugleich seitens der Bundesrepublik Deutschland die Rechtsplattform für eine dringend erforderliche Harmonisierung des Lauterkeitsrechtes im Rahmen der EU, indem es das Zugaberecht jenem der meisten anderen Mitgliedstaaten angleicht und dabei nicht erst die Auslegung neuer – unbestimmter – Rechtsgrundsätze durch die Rechtsprechung abgewartet werden müsste.

Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 13 20, 53003 Bonn, Telefon (02 28) 3 82 08 40, Telefax (02 28) 3 82 08 44
ISSN 0722-8333